

交換方式としての価値形態論

On the form of value as methods of exchange

石 橋 貞 男

Ishibashi, Sadao

ABSTRACT

This paper discusses the form of value as methods by which the owner of commodity requests an exchange of his commodity for the other one. The owners of commodities try to exchange them more efficiently. The form of value unfolds itself, by economic man's effort to improve the efficiency of exchange, from the elementary form of value to the expanded form of value, from the expanded form of value to the general form of value, from the general form of value to the money-form. After the genesis of money, homo economics will also do their best to cut down the cost of money through the credit system.

序

本稿の課題は、貨幣生成の必然性を解き明かすものとしてマルクス価値形態論を理解したうえで、価値形態論が展開される動力を商品交換の効率性を追求していく観点に求めるところにある。貨幣の生成について商品交換の効率性追求から考える方法は、貨幣の生成の後では、決済の効率を追求する視点として、貨幣のさまざまな機能を説いたり、商業信用そして銀行信用や銀行組織を展開していくに際しても、効いてくるであろう。原理論としての貨幣・信用論は、貨幣の生成からさまざまな信用システムに至るまで、商品交換をより効率よく行っていくという視点から一貫して考察できるのではないかと考えている。⁽¹⁾

(1) 決済効率の追求という観点からの貨幣・信用論についての考察は、別稿を予定している(石橋 [2003])。

ところで価値形態論の展開を交換方式としてみる視点は、価値形態論を価値の表現とみる価値概念を軸にした考察と背馳することはない。しかし、なによりも商品交換を実現しようとする、しかもより効率よく商品交換を実現しようとする商品所有者に即して、価値形態論の展開の動力を明らかにすることにここでは重点が置かれている。

本稿では、またマルクス価値形態論それ自体を詳細に検討したり、これまでの価値形態論をめぐる諸説を吟味して、議論を展開しているわけではない。ただ、効率性という観点から貨幣生成を考えようとする論者の見解を取りあげているに過ぎない。しかし、価値形態を交換方式とする考え方の基礎は、マルクス価値形態論に対する宇野弘蔵の問題提起の中にそもそも含まれていたと考えられる。つまり、価値の表現そのものに、商品所有者とその欲望が前提にされていることを明確にすべきだという宇野の主張に、自ずと商品の所有者がその交換を求めて、価値を表現していることが含意されている⁽²⁾。そして、商品交換のあり方に経済性という概念を持ち込めば、自ずと商品交換における効率性の追求として価値形態論をみる考え方が浮き上がってくることにもなろう⁽³⁾。本稿は、その視点を明示的に取りあげて、貨幣の生成の謎に迫ろうとしている。

1. 商品の本質

人間が自然に働きかけて獲得する生産物は、人間の欲望を充足するものとしての有用性をもつものとして生産される。この有用性をもった生産物（財・サービス）が交換に提供されると、生産物は商品となる。

(2) 「特定の商品リンネルは、その所有者がそのリンネルと交換して得ようとする、他の商品の使用価値の一定量をもって、その価値を表現せられる。リンネル 20 ヤールは 1 着の上衣に値する、というように表現せられるわけである」（宇野 [1985] : 22 頁）。

(3) 馬渡尚憲によれば、「価値形態を商品所有者が交換を求める方式として扱う見解」は宇野弘蔵をはじめ、宇野の問題提起を肯定的に受け止めた多くの論者にみられる（馬渡 [1979b] : 138 頁）。しかし、そこからさらに踏み込んで、商品交換の効率の問題に意識的に注目している論者は、馬渡を嚆矢とするのではないかと思われる（馬渡 [1978], [1979a]）。本稿では、この商品交換の効率性の視点を価値形態論においてさらに一貫して追求しようとしている。

商品の本質とは、有用性をもつとしても、有用性はその商品の所有者にとっての有用性ではないところにある。有用性があれば、交換せずに自ら消費すればよい。たとえ所有者にとって有用性があるとしても、欲望を満足させる分量を超過する量を所有していると想定してもよい。いま、A 商品は所有者 A にとって有用性がないとしよう。そのような場合、A 商品は所有者 A にとってまったく役に立たないかという点必ずしもそうではない。他の商品所有者 B には有用であるかもしれない。したがって、いま、A 商品所有者が商品 B に有用性を見いだしており、同時に B が A 商品に有用性を見いだしている場合、商品 B を獲得する手段として商品 A を使えるという意味において、商品 A は所有者 A にとっての「有用性」をもつ可能性がある。

商品としての A の有用性とは他人のための有用性であり、この他人のための有用性を商品の使用価値という。そして、その商品を交換に提供して、自分が有用性を見いだす他の商品を獲得する手段として使用できるという商品の「有用性」は、商品と商品の交換によって他の商品を引きつける力であり、この商品がもつ交換力を商品の価値と呼ぶ。

商品は、価値としては一定の大きさをもって他の商品との交換を求める性質であり、使用価値としては他人のための有用性である。いま、ある商品をもつ商品所有者が、それによって自分の欲望を満足させるような有用性をもった他の商品すべてとの交換を求めている状態を想定する。しかし、使用価値としては、ある特殊な種類の有用性であり、他人がその有用性を見いだして、交換に応じてくれるものでなければならない。

それでは、商品の交換はどのようにしてなされるのか。商品所有者が出会い、商品が交換されるところを市場という。まず、市場の状況から見ておこう。ここでは、商品交換を求めて商品所有者が、一堂に会する場と考えておこう。しかし、市場に行けばすべての情報が事前に手にはいるわけではない。市場には、さしあたり情報が欠けている。A 商品所有者が交換を求める B 商品の所有者がいるのかどうか、いるとしてもどれだけいるのか、今はいないがしばらくすれば出

現するのか、といったことがまったく分からない。しかも、たとえ B 商品所有者がいたとしても、その中に A 商品に対して有用性を認めるような所有者がいるのかいないのか、……といったことはなおさら分からないような状況にあるでしょう。情報が欠如した市場で、商品所有者は、自ら商品所有者として探索行動を繰り返すことによって何とか交換を実現しようとし、しかもより効率的な商品交換の実現を目指して情報をつくり出そうとする。このように商品交換には情報が欠如しているということが、2 者間で商品が相互に交換される点では似ているとしても、お互いがそれぞれの需要と供給を知っているうえで交換するような物々交換と商品交換との違いをなすのであろう。

2. 簡単な交換方式（簡単な価値形態）

最も簡単な商品交換の方式とは、商品所有者 A と商品所有者 B といった商品所有者同士が商品を相互に交換しあう場合である。いま、塩という商品の所有者が砂糖という商品を必要としているとする。塩を提供して砂糖を得たい。しかし、商品の供給と需要とは、必ずどれだけのものを提供するか、どれだけのものを必要とするといった量的な大きさを決めなくてはならない。たとえば、いま 2 キロの砂糖が欲しいときには、それに対して自分の塩を 10 キロ提供しようとするといった具合にである。商品所有者の需要は、いま砂糖にあるが、砂糖はいくらあってもよいわけではない。砂糖に対する欲望の大きさが一定量の砂糖という形で表現される。

なぜ、2 キロの砂糖に対して塩 10 キロを提供しようとするのか。それは、塩の所有者が、2 キロの砂糖の交換力である価値の大きさを見計らい、それに対して自分もつ塩の価値を見計らい、同じ価値量をもつものとして塩の量を調整したのだと考えられる。どちらの商品の価値がどのように表現されているのか。この場合の量的な決定順序は、欲しい砂糖の量がまず決められ、そのあとでその量に対して提供する塩の量が決定されている。砂糖に対して塩が提供されており、砂糖の価値が表現されているようにもみえる。⁽⁴⁾しかし、交換の方式としては、

塩から砂糖に交換を申し込むのであり、使用価値量を決定する手順と逆になるのではなかろうか。そして交換の申し出が、そこにある塩 10 キロに、あとでみるように 2 キロの砂糖というレッテルを貼ることによって行われるとすれば、やはり塩の価値が砂糖で表現されているのではなかろうか。交換の申し出の方向性と交換力の大きさの表現は、逆にはならないと考える。⁽⁵⁾

塩の所有者は、まず塩を欲する人を先に探し出し、その人に「あなたは私が欲する砂糖をもっていますか」と尋ねて、もっている場合に、「その砂糖と私の塩を交換してください」というように行動するのであろうか。そうではないであろう。砂糖が欲しいのである。まず、砂糖をもっている人を探し出さねば、話は始まらないのではなかろうか。砂糖をもっている人を探し出した。そこで、そ

✓(4) この問題は、日高普によって「パリはミサに値するか」という論文で取りあげられた。それによると、新教から旧教に改宗しなければパリに入れないアンリ 4 世にとって、欲望の対象は「パリ」に入城することであり、それに対して提供されるものは改宗を意味する「ミサ」を行うことであった。『資本論』に引用されている「パリはまことにミサに値する」にならって、ここでの提供物である塩と手に入れた砂糖との関係に置き直してみると、表現されているのは砂糖の価値であり、「2 キロの砂糖は、塩 10 キロに値する」というのが、本筋ではないかという問題提起であった。交換の申し出をおこなう所有者の商品と価値表現される商品とが逆になるべきだという（日高 [1994] : 44-70 頁）。

(5) 「パリはまことにミサに値する」については、次のように解釈できるのではなかろうか。アンリ 4 世は、最初から「ミサ」を提供物として「パリ」を手に入れたと思っていただけではなかった。それなら「ミサはパリに値する」といったであろう。「パリ」が欲しいのはたしかであるが、そのために「パリ」に対して何をしたら良いのか分からない。「何回か武力によるパリ攻略をこころみたが成功せず、パリにはいるためには結局カトリックに改宗しなければならなかった」（日高 [1994] : 45-46 頁）。「パリ」を手に入れようといろいろやってみたが、「パリ」が要求しているのが「ミサ」だと分かったのだ。「パリはミサに値する」とは、パリからの価値表現であり、交換要求であったのだ。それに対して、アンリはその交換に応じるかどうかを決めるいわば等価形態に立たされたのだ。そして、アンリは、その申し出に対して、パリには自らの信仰を曲げるだけの価値ありと判断し、交換要求に同意したのだ。だから、「パリはたしかにミサに値する！」と叫んだわけである。

また、奥山忠信は、リンネル所有者からの茶所有者への交換の申し出について、書評で次のようにいう。「著者（日高）の場合、リンネル所有者は、5 ポンドの茶は 20 ヤールに値する、と茶の所有者に告げるのではなかろうか。しかし、リンネル所有者にとっては、この情報を受けた茶の所有者の関心事が、茶ではなくリンネルにあるかどうかが問題である。そうであるとすれば、リンネル所有者の価値表現は、茶の所有者の関心に応えるように、交換の申し出と一致し、リンネル 20 ヤールは 5 ポンドの茶に値する、となるのではなかろうか」（奥山 [1994] : 76 頁）。

の人に「私の塩と交換して下さい」と申し込む。砂糖をもっている人が、たまたま塩を欲している場合に、交換が成立するわけである。順序はどうでもよいのではないかと考えられるかもしれない。いずれにしても交換が成立すればそれでよいのではないかと。そうではないであろう。この順序を問題とするところに、物々交換と貨幣を媒介した売買との違いがあると考えられるからである。また、そこにこれから展開する交換方式としての価値形態論の展開軸がある。

交換はどのようになされるのか。実際に探し回って、出会う人ごとに交換を求めると考えてもよいが、現実的ではない。商品交換を求める人たちは、1カ所つまり市場に集まるのが効率的であろう。そこで、自分の交換の要求を人々に情報として告げなければならない。想定できるのは、たとえば1枚の札（^{ふだ}レットル）に自分が欲しい「2キロの砂糖」と書き、それを自分の商品である塩の中から10キロだけを取り出して、その前にぶら下げておくようなやり方であろう。この札は、最終的には値札へと発展していくものであるが、「2キロの砂糖をもつてくれば、塩10キロと交換します」という情報を発信している。このように塩の所有者は砂糖との交換を要求することによって、塩の交換力を主観的に表現することになっている。

塩の所有者は自分からは動き回らないとしても、塩の前を通る人々の中で、砂糖をもった人で同時に塩を欲しいという人と出会うには、確率的にどのようなになるのか。全体を1として、自分が欲する商品（砂糖）をもった人に出会う確率を P_1 とし、自分の商品（塩）を欲する人に出会う確率 P_2 とすると、 $1/P_1 \times 1/P_2$ の人々が、塩の前を通らなければならないであろう。⁽⁶⁾いま P_1 を10分の1、 P_2 を20分の1とすると $10 \times 20 = 200$ 人となる。つまり、上のかけ算は、塩の所有者が砂糖を欲し、その砂糖の所有者が同時に塩を欲するという「欲望の二重の一致」が不可欠になっていることを示している。

塩との交換の決定権は、塩を欲しい人に与えられているのではなく、砂糖をもつ

(6) 金谷貞男（[1992]：24-26頁）、参照。

ている人に与えられている。砂糖をもっている人が決定権をもち、砂糖をもっている人で塩を欲しい人は、いつでも塩の所有者と交換できる。塩の所有者は、砂糖との交換の申し出つまり価値の表現には能動的であるが、その交換の実現つまり価値の実現の決定権をもっているわけではない。それに対して、砂糖の所有者は、塩からの交換の申し出つまり価値の表現には受け身であり、受動的な立場にあるが、交換の実現つまり価値の実現の決定権を握っている。つまりこの2者の間では、砂糖は塩に対して直接的交換可能性が与えられている。塩は砂糖によって価値が表現される相対的価値形態にあるといい、砂糖は塩の価値の等価として置かれているので等価形態にあるという⁽⁷⁾。

ところが、交換を確率として見た場合、「欲望の二重の一致」のために出会わなければならない人数は、かけ算となり、交換は高い偶然性に左右されていた。そこでより効率よく交換ができるようにするための改善は、どのようにしたら与えられるのであろうか。ヒントは、交換を求める塩の所有者が、相手から交換を求められる砂糖の所有者のような位置つまり等価形態につけばよい、という形で与えられている。等価形態の商品には交換を実現する決定権が与えられていた。たとえば、砂糖の所有者が塩を欲していない場合でも、砂糖の所有者が欲する何かと塩との交換が可能であれば、まず、その何かと塩を交換しておけば、砂糖に対して直接的交換可能性を得て砂糖との交換が可能になるであろう。そのためには、砂糖の所有者の欲する商品を調べ、さらにはその欲する商品の所有者のさらに欲するものを調べるといった、いわゆる情報の収集を行わなければならない。

「将を射んと欲すればまず馬を射よ」という諺がある。そのような迂回的な間接交換によれば、たとえ不可能な交換も可能になりうるということである。一例を挙げてその実現可能性を探ってみよう。いま、塩の所有者が砂糖を欲し、砂

(7) 「亜麻布はその価値を上衣で表現し、上衣はこの価値表現の材料に役立つ。第1の商品は能動的役割を演じ、第2の商品は受動的役割を演じる。第1の商品の価値は相対的価値として表示されている。すなわちこの商品は相対的価値形態にある。第2の商品は等価として機能する。すなわち等価形態にある」(マルクス [I] : 134 頁)。

糖の所有者が胡椒を欲し、胡椒の所有者が塩を欲するというように、3者で欲望の方向性が一方的になり循環するような場合（塩→砂糖→胡椒→塩）には、このままではこの3者は永久に交換できないであろう。しかし、塩の所有者がいま直接的な欲望の対象ではない胡椒との交換に同意して、塩を提供して胡椒を獲得するとしよう。砂糖の所有者は胡椒を欲しているから、塩の所有者はその胡椒を媒介物にして、砂糖が直ちに得られることとなる。かくして、胡椒は塩と交換され、塩は砂糖と交換され、砂糖は胡椒と交換できた。⁽⁸⁾

ここで重要なことは、これまでの商品交換の順序を逆にするということである。すなわち商品所有者は、①自分が欲する商品の所有者を探し、その中から同時に自分の所有する商品を欲する商品所有者を探して交換をするだけでなく、②順序を逆にして、まずは自分の商品を欲する所有者の商品と1回目の交換をする。そして、次にその交換した商品を欲する人と2回目の交換をするという回り道をした形で、つまり何らかの商品を媒介物として自分の商品を提供して自分の欲する商品を獲得する方式も考えられるわけである。

3. 拡大された交換方式（拡大された価値形態）

塩の所有者にとっては、欲望の数だけ、交換を求めたい商品がある。いま、そのように交換を求める商品を拡大してみよう。塩の所有者は、自分が欲するさまざまな商品を欲しい量とともに札に記し、それと同じ価値をもつと判断したそれぞれの量の塩を取り出して、その札を塩の前に置くことによって交換を求める。たしかに塩の所有者が、交換を求める商品の数を増やせば増やすほど、そのどれかとは交換できるかもしれないという意味での交換の確率は増えるが、このようにして拡大された交換方式では、簡単な交換方式の集合に過ぎず、1つひとつの商品に対する交換の確率そのものが上昇しているわけではない。

(8) 酒井良清・鹿野嘉昭は、3者の間で欲望の方向性が一方的になり循環するような場合について、貨幣取引の例として取りあげているが、ここでは、貨幣が入る前における交換の困難の解決法として考えている（酒井・鹿野 [2000] : 81-83 頁）。

しかし、以上のような直接的な欲望に応じて等価形態を拡大していくことと並行して、次の2つの場合のように等価形態に置く商品を拡大していくことが考えられる⁽⁹⁾。それは、直接的な欲望の対象として拡大された等価形態に置かれた商品を間接的に得るために、いまは直接的な欲望の対象ではない商品を取りあえず自己の等価形態に追加するという行動様式である。簡単な交換方式の最後で触れた間接交換の行動様式をここでも見てみよう。ただし、商品所有者の行動様式には、同時に交換の経済効率性に配慮したものでなければならないという点で制約がかかる。いくら時間と費用をかけても、交換さえできればよいというわけではない。交換するのに最も経済的効率のよいやり方をすべての商品所有者が模索している。その結果、すべての商品所有者はある1つの共通の商品との交換を求める方式を展開していくことになる。

第1の場合は、直接的な欲望の対象として自分の商品の等価形態には置いていないが、ある商品の等価形態に逆に自分の商品が置かれていて、まずその商品を獲得し、さらにその商品を等価形態に置いている商品と交換するというよう

(9) 馬渡尚憲は、そのままの状態ではあり得ない商品交換について次のようにいう。「解決する方法は、自己の『欲する』商品に、自分で使用するという意味では自分では欲しない商品や、自分で使用する以上の分量の商品をも含めて拡大された価値形態の等価物とすることで」として間接的な交換を分析する。そして、リンネル、その原料の亜麻糸、さらにその原料の亜麻という生産の系列関係を取りあげ、亜麻は亜麻糸所有者からは欲望の対象になっても、上着、小麦、コーヒー、茶等の所有者から交換を求められることはないとして、次のようにいう。「亜麻所有者が亜麻の価値表現に自己の欲しない亜麻糸を含め、まず亜麻糸をえ、ついでその価値表現にリンネルを含めリンネルを得てそれで欲するさまざまな商品を得ようとするばあいと、亜麻糸所有者が亜麻糸をもって自己の欲するもの以外に亜麻所有者の等価物とするものをえて、それをもって、亜麻所有者から亜麻を得ようとするばあいがある」(馬渡 [1979]: 22-23 頁)。本稿の2つの場合は、この論述にヒントを得ている。

小幡道昭も、リンネル 20 エレ＝1 着の上衣という簡単な価値形態を前提に拡大された価値形態を展開する方法について次のようにいう。「もし上衣所有者のうちのある者が、上衣 1 着＝10 ポンドの茶という形態で交換を求めているとすれば、われわれのリンネル所有者にとっては 10 ポンドの茶もまた新たな交換の対象に繰り入れられることになる」として「探索」の結果、「無数の相手の欲求が取り込まれてゆく」(小幡 [1988]: 49 頁)。さらに、小幡が共通等価物の絞り出しについては、第1に「交換の効率という観点」、第2に「富の世界」を意識して「交換を媒介する手段として適恰的な素材上の特性」に着目している点が注目される(小幡 [1988]: 54-55 頁)。

に、直接的交換性が発揮できる商品への交換を繰り返していけば、いずれ自分の直接的欲望の対象たる等価形態の商品と交換できるかもしれない。この場合には、一方では、自分の商品を欲する所有者の商品についてもそれを等価形態に置くことで、等価形態に置かれる商品の追加を図りながら、他方では、直ちに交換できるものなら何とでも交換するというのではなく、それが自己の直接的欲望の対象をできるだけ効率よく手に入れる商品でなければならない。できるだけ最短で、できるだけ多くの欲する商品を獲得できるような商品との交換に応じていくものでなければならない。効率的交換の視点からは、この場合の間接的交換の媒介物は、直ちに交換できるもので、しかも自己の直接的欲望の対象とできるだけ効率よく交換できるものとなる。

第2の場合は、自分の直接的な欲望の対象として拡大された等価形態に置かれたさまざまな商品がそれぞれ、さらにその先の等価形態に置いている商品も、間接的な交換の媒介物として利用できるものとして、自分の拡大された等価形態にそれらを追加するという場合である。⁽¹⁰⁾ 等価形態と直接的には交換ができない場合でも、等価形態の商品の所有者が欲している商品となら交換できるかもしれないからである。それでも交換できなければ、さらにその先の等価形態に置かれている商品との交換まで求めることになる。一方では、等価形態に置かれる商品は、その意味で欲望の対象でなければならないという点から離れ、無限に拡大していく傾向をもつと同時に、他方では、そのように無限に拡大される

(10) 松田正彦は、この第2の場合について次のような効率性を考えている。「仮に、コーヒー所有者が、その等価形態に10種類の等価物をおいておきましょう。コーヒー所有者は、等価物のそれぞれの所有者に交換を求めた結果、交換は実現できなかったとしても、それらの所有者から彼らが欲する商品の情報を得ることはできるであろう。その等価物の所有者たちの中で、仮に茶を共通に欲している者が4種類の商品の所有者にいたり、砂糖を共通に欲している者が3種類の商品の所有者に、塩を共通に欲している者が2種類の所有者にいたりしよう。……コーヒー所有者はまず茶を第1の順位で、次には砂糖を第2の順位で、塩を第3の順位で、交換によって獲得しようとするであろう」(松田 [2002]: 36頁)。なお、「価値形態論が、効率化を追求する個別の商品所有者の行動の様子を示し、それを通じて貨幣の発生過程を明らかにしようとする」議論から本稿は多くのことを学んでいる(松田 [2002]: 35頁)。

等価形態を効率よく獲得するためには、それらの最大多数によって共通に求められている商品との交換を目指すということにならざるを得ない。

第1の場合は、直ちに交換できる商品群の中から、それを使って直接的欲望の対象をできるだけ効率よく間接的に得られるであろう1つの商品に絞り込む行為であり、第2の場合は、直接的欲望の対象を間接的に得られる商品群の中から、欲しい商品をできるだけ効率よく得られるであろう1つの商品に絞り込む行為である。2つの場合は、選び出す商品群と方向性は違うが、同じ1つの市場の商品を母胎にしていることと、効率性の原理を同じにしているので、結局1つの同じ商品に行き着く。

絞り込みは、第2の場合から始まり、結果的に第1の場合での商品と同じになる。第1の場合には、自分の商品を欲する所有者がいるかどうかにはさしあたり受動的で不確実性がある。第2の場合には、商品所有者が欲望の対象を並べることが、交換を求める側から一方的かつ積極的に行えるからである。

絞り込みは、全商品所有者のうちの最大多数が共通に欲して等価形態に置いている商品を軸に収斂していくであろう。第2の場合において等価形態をある意味で無限に拡大していく中では、これまでは欲望の対象となっていなかった商品を追加することになるとともに、その中には、第1の場合において見た商品が含まれてくる可能性が大きい。つまり、交換が成立する商品が増えてくる可能性がある。問題は、効率性の観点から、交換が可能となってきた商品の中のどの商品との交換を求めるのかという点にかかってくる。すでに見たように交換の効率性の観点から、その交換によって、できるだけ多くの等価形態に置かれている他の商品、ひいては直接的欲望の対象である商品を一举に獲得できる商品との交換を求めるべきということになろう。

拡大された等価形態に置かれている商品については、すでに商品所有者からの欲望の対象から離れてくることを指摘した。それらは、直接的な欲望の対象だけではなく、それを得るための間接的な商品も含む。それらの商品は、結局、市場全体の商品に拡大しうる。そこで、自分の欲しい商品を等価物に並べて、そ

の等価物の所有者の欲する商品を等価物に追加し、さらにその先の所有者が置く等価物の所有者が欲する商品をも追加する……、といった自己の欲望を基点にした情報探索を繰り返す行為よりも、等価形態の置く商品は市場のすべてに波及する可能性も踏まえて、市場全体の中の商品所有者の拡大された等価物を探索し、どの商品を獲得すれば、それを間接的に使って、市場全体の商品を効率よく獲得しやすいのかを選択した方が、効率的ではなからうか。自分の欲する商品が、現時点の市場にまだ出現していない場合とか、自分の欲望自体がまだ不確定で、将来的に欲する商品となる事態も考慮するべきであろう。

ただ、その選択される商品に対して直接交換できるとは限らない。また、自己の欲する商品をただちに得ることができかどうか⁽¹¹⁾も分からない。とはいえ、その商品を獲得できれば、最大多数の商品が手にはいるということになれば、それを媒介物として間接交換を経て自己の欲する商品にたどり着く可能性も大きいと考えられる。

そして、最大多数の商品所有者の拡大された等価形態に共通に置かれている商品に等価形態の絞り込みを行う展開が、たんに一人だけではなくすべての商品所有者によってその立場からそれぞれ同時に行われることで、すべての商品所有者は、最大多数の商品所有者が最も多く共通に等価形態にしている商品にまず交換し、それを間接交換にを使って、直接的欲望の対象を獲得していくことになる。結局、すべての商品所有者が同じことを行うことで、最大多数の共通等価物⁽¹²⁾は、すべての商品所有者にとっての1つの共通等価物となる。

(11) 山口重克は、全商品所有者を2つのグループに分ける。茶を等価形態に置く多数派のリンネルグループと、茶を等価物とはしない少数派のコーヒグループとに分け、全商品所有者が茶を等価形態に置く過程を追跡している。結果的には、山口の方法と同じになるとはいえ、少し説明を補足したい。この場合、少数派が茶を等価形態に置くようになるのは、茶さえ得られれば、多数派がすべて手にはいるということで明らかであるが、同時に多数派の諸商品すべてが、少数派が欲している商品であるということも暗黙のうちに前提としているのではない（山口 [1988] : 19-24 頁）。茶が得られても、必ずしもコーヒグループの者が自分の欲する商品を直ちに手に入れることができるとは限らない。それに対して、注 8）でみた松田の場合は、全商品を取りあげるのではなく、さしあたり、ある商品の等価形態に置かれた諸商品（例では 10 種類）を得るのに効率がよい商品の中で順位をつけている。

自分の商品を欲する人の商品を獲得しても、それを媒介物として、自分が欲する商品と交換できなければならない。その媒介物が、やはり単なる商品にとどまるならば、交換の効率は少しも上昇しない。その媒介物が、自分が欲する商品の所有者が欲している限りにおいて、つまり、自分が欲する商品の所有者に出会えば直ちにそれと交換できる限りにおいて意味がある。その点で、いま媒介物がすべての商品所有者が共通に欲している商品になっていれば、自分が欲する商品の所有者も当然その媒介物を欲しているのである。

第1の場合は、直ちに交換できる商品群の中から、それを使って直接的欲望の対象をできるだけ効率よく間接的に得られるであろう1つの商品に絞り込む行為であり、第2の場合は、直接的欲望の対象を間接的に得られる商品群の中から、直接的欲望の対象をできるだけ効率よく直ちに得られるであろう1つの商品に絞り込む行為である。結局、2つの場合は、選び出す商品群の性質が異なるが効率性の原理から絞り込むことで結果的には同じとなる。絞り込みは、間接交換を実現する媒介物は、それを得れば、直接的欲望の対象ができるだけ効率よく手に入ることを基準にしてなされることになる。

4. 一般的交換方式（一般的価値形態）

一般的交換方式とは、すべての商品所有者の交換の要求物が、等価形態が拡大された状態から、ある1つの商品に絞り込まれた状態である。すべての商品所有者が、自分の商品の全量と1つの特定の商品のできるだけ多い量との交換を求める方式である。

等価形態が1つになるという交換方式を形式面からみれば、簡単な価値形態と同じである。しかしそのもつ意味は、すべての商品所有者が特定の唯一同一の商品との交換を求めている点、そしてそれが必ずしも直接の欲望の対象では

✓ (12) 山口重克は、この経緯について、「比較的多数の商品所有者から共通に等価形態におかれる商品は、あらゆる商品所有者から共通に等価形態におかれることになるわけである」として、明快に説いている（山口 [1988] : 23 頁）。

ない点、もちろん直接の欲望の対象であってもよいが、その場合も直接的に必要なとする分量を超えてできる限り多くの量との交換を求めている点で、異なっている。つまり一般的等価形態の商品は、間接的な交換によって商品所有者の欲望を満足させる商品を獲得する媒介物として交換を求められているわけである。

たとえば、塩の所有者は、特定の1つの商品である茶との交換を求めているわけであるから、茶をもっている人で、同時に塩を欲する人があればいつでも交換に応じることになっている。これだけであれば、やはり「欲望の二重の一致」が必要であるから、簡単な交換方式と同じように、なかなか交換できないのではなかろうか。しかし、そうではない。ほかの全商品所有者も、茶との交換だけを求めている点で簡単な交換方式とは異なっていた。茶にすべての商品に対する直接的交換可能性が与えられている。茶さえ手に入れば、すべての商品が手に入るという関係に転換してきている。つまり、どのような商品所有者でも、交換したい商品があれば、まず、茶を媒介物として獲得しなければならないということである。茶を媒介物とする以外にお互いには交換できないようになってしまった。茶をもっていない商品所有者、そして将来にわたっても茶をもつ可能性がない商品所有者は、永久にどの商品も獲得できないことになってしまっている。

したがってすべての商品所有者は、欲する商品を交換によって得るためには、まず茶を獲得しなければならない。つまり、すべての商品所有者は、自己の商品の他に、交換に成功して媒介物としての茶という商品を現実にもっている、または将来いつか交換に成功して茶をもつ可能性がなければならない。したがって、「欲望の二重の一致」とはいつでも、何らかの商品を欲する人はすべて、茶を既にもっているか、あるいはもつ可能性があるかのいずれかであり、茶をもっていない場合にもその人がいつか茶をもつ可能性を信用できれば、全員が現在または将来の茶の所有者ということになるから、自分の商品を欲する人さえ探し出せば、茶との交換が見込めるのである⁽¹³⁾。

一般的交換方式では、商品所有者が交換を求めている使用価値は、自分の欲望を質や量で超えたものであり、すべての商品に対する直接的交換可能性をもつ。

交換力つまり価値の具現化されたものになっている。そして、一般的等価形態にある商品を獲得することによって始めて、すべての商品に対する交換が直接的に可能となる。したがって、残されているのは、自分の欲する商品の所有者を探し出すだけでよいということになる。

他方では、自分の商品とその一般的な交換の媒介物との交換に失敗する、つまり、自分の商品を欲する人が見つけ出せなければ、他の商品との交換はすべて不可能になる。その意味で交換できない可能性は、依然として残っている。不確実性が改善されたのではない。改善されたのは、交換の効率性なのである。交換の効率性の観点からすれば、一般的等価形態が確定されさえすれば、その交換の確率は、次のように増大する。全体を 1 として自分が欲する砂糖をもった人の確率が P_1 とし、塩を欲する人に会える確率が P_2 とし、全員が一般的等価物をもっているとみなせば、出会いの必要数は、交換の順序について留意して表記すれば、 $1/P_2 + 1/P_1$ となる。いま、 P_1 を 10 分の 1、 P_2 を 20 分の 1 とすると、 $20 + 10 = 30$ 人となる。交換のための出会いの必要数は、簡単な価値形態と比較すると掛け算による 200 人から足し算による 30 人へと変わった。そこに効率の上昇が現れている。⁽¹⁴⁾

しかし、一般的等価物は、このままだと常に入れ替わる可能性が残っている。一般的等価物の絞り込みは、商品所有者の多数によって等価形態に共通に置かれていたことを根拠にして、交換の効率性を求める商品所有者の行動が結果的にもたらした。毎日あるいは毎週、市場のすべての商品所有者が、最も効率よく交換できる商品を探さなければならないとしたら、それはそれで大変なコス

✓ (13) 松田正彦は、この点について次のようにいう。「多くの商品所有者が、仮に茶を等価形態におくようになると、当初は限定されていた茶の所有者が拡大することになるのである。……結局、コーヒー所有者は、自ら欲する茶の拡大した所有者の中から、コーヒーと茶を交換してもよいとする茶所有者を探せばよいことになり、交換の効率性が高まることになるのである」(松田 [1993]: 130 頁)。

(14) 金谷貞男 ([1992]: 24-26 頁)、参照。ちなみに、媒介とか仲介を果たす機能をもつ商業資本や金融仲介機関も、それらが介在することによって同じように取引の効率を向上させる側面がある。そこには、取引総数最小化の原理が働いている(石橋 [2002]: 218 頁)。

トがかかることになろう。そこで、一般的等価物の固定化が、効率よく交換していくためには要請されることになろう。一般的等価物としての商品を1つに固定化したものが、貨幣である。

5. 売買方式と貨幣

一般的等価物の固定化については、まず、次の点が交換の効率性の観点から重視されなければならない。商品所有者は、それぞれの商品の全量とできるだけ多くの貨幣との交換を目指す。しかし、貨幣の所有者とは全商品所有者のことでもあるから、それぞれの貨幣所有者の欲望の大小にしたがって商品と貨幣との交換が決定できるように、商品所有者は、自らの1取引単位を取りだし、それと交換力が等しいと考えた貨幣の一定量との交換を求める。これは、1取引単位が、貨幣の一定量に値するという主観的な交換要求となって現れる。需要者は、自らの欲望にしたがって欲する量だけ商品を容易に獲得できるように変化する。

商品の側からの貨幣との交換が販売で、貨幣の側からの商品との交換が購買であり、販売の裏側には必ず購買がある。しかし商品所有者にとって、自らの商品を提供して、自己の欲する商品を得るという商品交換の元来のあり方からすれば、まず、商品を販売し貨幣を獲得し、その後でその貨幣によって商品を購入するという2つの交換に分かれる。それでは、どのような性質をもつ商品が、そのような媒介物として最適であろうか。交換の媒介物としての貨幣についても、媒介物としての経済合理性が問われることになろう。⁽¹⁵⁾

第1に、さまざまな商品価値を自由に表現できる性質をもった商品がよいで

(15) 奥山も、経済効率性の観点から一般的等価形態、貨幣形態が生成する論理を追求しようとしている。しかしそれは、媒介物の素材としての適格性に着目した「経済効率性」であった。「 X_1 にとっては、……媒介物としての経済合理性に反するものは、はじめから除外されるのである。たとえば、寝台は、1/2 台の寝台という交換関係式にはなじまない。媒介物としての適格性に欠き、その商品を媒介物として選択することで、 X_1 は不利益を被るからである」(奥山 [1990]: 283 頁)。われわれは、まずある1つの商品が一般的等価物になること自体に経済的合理性があることを説いた。さらに、一般的等価物に何が適格かということにも奥山と同じように経済的合理性が作用すると考える。

あろう。そのためには、貨幣にふさわしい商品の使用価値は、分割・結合しても使用価値に変化がなく、使用価値の量的な変化にしたがってその価値が比例的に変化するものがふさわしいであろう。交換方式は、ここでは明らかに商品の交換力つまり価値の表現に重点が移っている。たしかに、2分の1着の上衣では経済合理性に反する。第2に、ハンドリング・コストを考えれば、少量でも価値の大きいものがよい。あまりに大きすぎたり、重すぎたり、取扱いに費用がかかりすぎるものは経済合理性に欠け、媒介物としてはふさわしくない。第3に、交換の媒介物はすぐに使用されるとは限らない。長期の保存にも使用価値ができるだけ変化しにくいものがよい。使用価値が変化しやすいものは、媒介物としては経済合理性に欠ける。使用価値の耐久性が、交換力を保持し続ける根拠となる⁽¹⁶⁾。

1つの商品が、商品所有者の行動を通して貨幣になり、その貨幣に選ばれやすい性質は交換の媒介物としてふさわしい性質をもつものであるということまでは、経済的な効率性の観点から説くことができる。貴金属が理想的ではないかとまではいうことができても、具体的にどの商品が貨幣とされるかは、たんに経済的な推論によるだけでは説くことができない。それは、歴史的な事情やその地域の資源とか、究極的には国家や国家間との関連をも視野に入れた貨幣制度としてしか説くことができないであろう。ここでは、金を貨幣とすると仮定しておこう。

貨幣を媒介にすることにより、一方では商品交換の効率は飛躍的に上がることになろう。しかし他方では、生産された商品が持ち手を変えて消費に入っていく過程、つまり商品流通の世界に、交換を媒介する貨幣が常にとどまることになる。そのことにより、新たな費用が発生することになってくる。直ちに、貨幣の授受、輸送、保管、計算など貨幣を取り扱う費用であるハンドリング・コストが、流通主体に直接、負担として認識されるであろう。

貨幣には、それが商品経済的富を代表する富の化身という側面とともに、貨幣

(16) 貨幣にふさわしい媒介物の性質については、三上〔1998〕：5-22頁）参照。

そのものにもコストがかかるという側面がある。貨幣を発行する主体は、私的または協同的なもの、そして最終的には公的なもので、信用のおけるものにならざるを得ないであろう。したがって、貨幣発行主体は、その発行コストとそれを上回る利益を造幣益によって賄うことにもなる。貨幣の発行コストについては、原理論の範囲では、税を通じた負担は問えない。しかし、経済主体はそのようなコストを何らかの形で分担せざるを得ないであろう。また、金を掘り出すことや金鉱採し自体にも時間とコストがかかり、急激な経済拡張が必要とする貨幣量に貨幣製造が応じきれなくなるような場合、資本主義経済の発展そのものを制約する要因となる面もあると考えられる。そこに、信用という新たな概念が用意されている。

結

貨幣の発生により、商品交換における経済的効率性が上昇するとしても、それは、新たに媒介を果たす貨幣というコストを抱え込むことにもなっている。貨幣論では貨幣コストの節約をめざす効率性の追求という観点から貨幣機能について考えられるし、信用論では、その生成からさまざま信用システムに至るまで、同じく商品交換をより効率よく行っていくという視点から原理的に一貫した論理として考察できるのではないかと考えている。

引用文献

- 石橋貞男 [2002], 「商業資本」馬渡尚憲編『経済学の現在 V.3』昭和堂。
- 石橋貞男 [2003], 「貨幣・信用論の原理像」「マルクス経済学の現代的課題」研究会 (SGSIME) 編『資本主義の原理像の再構築』御茶の水書房, 近刊。
- 宇野弘蔵 [1985], 『経済原論』岩波全書。
- 奥山忠信 [1990], 『貨幣理論の形成と展開－価値形態論の理論史的考察－』社会評論社。
- 奥山忠信 [1994], 「日高普『マルクスの夢の行方』, 青土社, 1994 年」『社会科学論集』埼玉大学, 第 83 号。
- 小幡道昭 [1988], 『価値論の展開』東京大学出版会。
- 金谷貞男 [1992], 『貨幣経済学』新世社。

- 酒井良清・鹿野嘉昭 [2000], 『金融システム』有斐閣。
- 日高普 [1994], 『マルクスの夢の行方』青土社。
- 松田正彦 [1993], 『『一般的価値形態』の概念－貨幣発生論の基本的考察－』『年報経済学』広島大学, 第14巻。
- 松田正彦 [2002], 『市場の不確実性と資本のシステム』ナカニシヤ出版。
- 馬渡尚憲 [1978], 「商品の価値形態と貨幣（上）」『研究年報・経済学』東北大学, 第40巻, 第3号。
- 馬渡尚憲 [1979a], 「商品の価値形態と貨幣（下）」『研究年報・経済学』東北大学, 第40巻, 第4号。
- 馬渡尚憲 [1979b], 「価値形態論論争の現時点」『経済評論』日本評論社, 1979年12月号。
- 三上隆三 [1998], 『貨幣の誕生』朝日選書。
- 山口重克 [1988], 『経済原論講義』東京大学出版会。
- Marx, K., [1971], *Das Kapital*, Marx-Engels Werke, Band 23, Diez Verlag, Buch I (長谷部文雄訳『資本論』青木書店, 第1部, 1968, マルクス [I] と略記する)。